

【学会レビュー】

人工知能学会合同研究会 2017

(慶応義塾大学, 2017 年 11 月 24 日, 25 日)

江 間 直 美*

2017 年 11 月 24 日 (金)～25 日 (土) の 2 日間、慶應義塾大学矢上キャンパスにおいて、人工知能学会⁽¹⁾ 合同研究会 2017 が開催された。

人口知能は今後、社会のあらゆる基盤を支え社会変容をも促す不可逆的な技術であり、学術研究分野にとっても不可欠な概念となるため、本稿では、合同研究会の紹介もさることながら、人工知能学会の概要や学会誌の内容もあわせて紹介させていただく。

人工知能学会⁽³⁾ は、人工知能の基礎理論としての論理学、言語学、心理学、認知科学から、知識情報処理の基盤としての知識の表現、獲得、学習、推論、さらには知識ベースシステム、ナレッジマネジメント、エージェント、音声対話や画像の理解、マルチメディア処理、インタフェース、自然言語理解などの研究、Web インテリジェンス、e-Learning、e-Business、セマンティック Web、バイオインフォマティクス等の分野への応用にいたるまで、人工知能に関心のある研究者や企業関係者らが、さまざまな研究会 (人工知能基本問題研究会／知識ベースシステム研究会／言語・音声理解と対話処理研究会／先進的学習科学と工学研究会／AI チャレンジ研究会／分子生物情報研究会／ことば工学研究会／セマンテックウェブとオントロジー研究会／社会における AI 研究会／コモンセンス知識と情動研究会／知識・技術・技能の伝承支援研究会／ナチュラコンピューティング研究会／知識流通ネットワーク研究会／金融

情報学研究会／身体知研究会／データ指向構成マイニングとシミュレーション研究会／インタラクティブ情報アクセスと可視化マイニング研究会) 等で活動している。

人工知能学会の学会誌は毎年 6 回発行されており、毎号、刺激的なテーマで特集が組まれ、多数の論文が投稿されている。また一般読者であったとしても読み物としても大変充実した内容となっている。筆者の研究専門分野であるパブリックリレーションズやメディアコミュニケーション、マスコミや報道等の分野からは、ここ数年の紹介にとどめるが、以下のような特集が組まれている。

- ・マスメディアから見た人工知能 (2017 年 11 月, Vol. 32, No. 6)
- ・広告と AI (2017 年 7 月, Vol. 32, No. 4)
- ・ゲーム産業における人口知能, 身体知の発展 (2017 年 3 月, Vol. 32, No. 2)
- ・観光情報学 (2016 年 11 月, Vol. 31, No. 6)
- ・ニューラルネットワーク研究のフロンティア (2016 年 3 月, Vol. 31, No. 2)
- ・認知的インタラクションデザイン学 (2016 年 1 月, Vol. 31, No. 1)
- ・エンターテインメントにおける AI (2015 年 1 月, Vol. 30, No. 1)
- ・Big Data Becomes Personal — 発見情報学が拓くヘルス & ウェルネス — (2015 年 1 月, Vol. 29, No. 6)

2017 年 11 月 30 日受付

* 江戸川大学 マス・コミュニケーション学科教授 CSR, 感性工学

たとえば、「マスメディアから見た人工知能」(2017 年 11 月) の特集では、嘉幡久敬氏 (朝日

新聞科学医療部)の「報道における「正確さ」と「わかりやすさ」の両立——第二次ブームから第三次ブームへ——」,河島茂生氏(青山学院女子短期大学,理科学研究所)の「新聞記事に見る人工知能やロボットの言説の変化」,吉永大祐氏(早稲田大学大学院政治学研究科)・小幡哲士氏(同)・田中幹人氏(早稲田大学大学院政治経済学術院)の「現在のメディア空間における「人工知能」の語られ方」,長倉克枝氏(フリーランス科学記者)の「マスメディアから見た“AI”と専門家から見た“AI”のギャップを越えて」と行った論考が寄せられている。

「広告とAI」(2017年7月)の特集では,水野誠氏(明治大学)の「消費者が広告を生成する時代——エージェントベースモデリングによる接近——」,郡谷康士氏(TELEVISION INSIGHTS株式会社)の「テレビ・データ最先端——人体認識技術を活用したテレビ視聴態勢のビッグデータ化とその活用——」,西林孝氏(株式会社VOYAGE GROUP)の「アドネットワークにおける広告配信計画の最適化」,前原貴憲氏(理化学研究所革新知能統合研究センター)の「ディスプレイ広告に対するリアルタイム入札」,谷口和輝氏(株式会社サイバーエージェント)・大田和寛氏(同)・山口光太氏(同)の「人工知能による新しい広告クリエイティブ」,チェン・ドミニク氏(早稲田大学文学学術院文化構想学部)の「生成的倫理とその広告への適用について」,玉川奨氏(株式会社CyberZ)の「スマートデバイスアプリケーションにおける効果計測への取り組みと展望」,坂本真樹氏(電気通信大学大学院情報理工学研究科)の「広告効果の多目的最適化」の論考が発表されている。

人工知能学会は毎年,全国大会を5月下旬または6月上旬に開催している²⁾が,筆者が参加した合同研究会は,各研究会が個別に定期開催している研究会を同一会場で同一時期に開催する研究会である。

今回の合同研究会には,上記研究会のうち15の研究会が参集し20テーマに分かれて発表を行った。合同研究会は全国大会とは異なり,昨年

同様,発表・聴講が無料ということもあり,また日々進化する人工知能の最先端の活動や最新の研究成果を共有する場でもあり,多くの参加者が来場していた。

筆者は,自身の研究専門分野であるパブリックリレーションズ(PR:Public Relations)に人工知能の概念をどう導入するか,またメディアや映像・音声・文字に人工知能がどのような役割を担い得るのかなど,メディアコミュニケーションの観点からさらさらに問題意識を高める目的で大会に参加した。

特別企画としての招聘公演は2本設定された。杉山将氏(理化学研究所 革新知能統合研究センター,東京大学 大学院新領域創成科学研究科)による「理研 AIP センターの取り組み」と,丸山文宏氏(株式会社富士通研究所人工知能研究所)による「富士通の AI 技術 Zinrai のご紹介」である。2本の講演内容は,ともに事業への取り組みを紹介する内容が主であったため,筆者は聴講を見送った。

合同研究会が参加し開催された。

- ・第7回汎用人口知能研究会
- ・第7回医用人口知能研究会
- ・第81回先進的学習科学と工学研究会
- ・第17回 インタラクティブ情報アクセスと可視化マイニング研究会
- ・第49回 AI チャレンジ研究会
- ・第10回 コモンセンス知識と情動研究会
- ・第13回 データ指向構成マイニングとシミュレーション研究会
- ・人工知能基本問題研究会ハッカソン
- ・第112回知識ベースシステム研究会
- ・第32回知識・技術・技能の伝承支援研究会
- ・第64回分子生物情報研究会
- ・第7回ナチュラルコンピューティング研究会
- ・第30回社会における AI
- ・第43回セマンティックウェブとオントロジー研究会
- ・第3回ウェブサイエンス研究会

上記研究会のなかで、特に最も触発された研究会は、ウェブサイエンス研究会であった。人工知能学会のなかでは新しい研究会ではあるものの、ウェブサイエンス⁽⁴⁾の観点から、人間と技術の調和的協働のあり方を考える場である。

ウェブサイエンス研究会では、横断的な分野の研究者や実践者と会合を持ちつつ、現象論、社会論から計算論、あるいは人工知能の新しい形を求めて共同研究を促進し人工知能学会と自然科学や人文科学などの他の分野・学会活動との垣根を低くすることを目的として活動を行っている、という。

ウェブサイエンス研究会幹事の鳴海拓志（東京大学）の挨拶を皮きりに、講演と研究発表が行なわれた。

ウェブサイエンス研究会の招聘講演2本で、坪内佑樹氏（株式会社はてな）の「自然のごとく複雑化したウェブシステムの自律的運用に向けて」と高野雅典氏（株式会社サイバーエージェント）の「ソーシャルビッグデータ・オープンデータによる社会構造変化の発見」であった。これまで招聘講演や一般講演のみウェブサイエンス研究会出会ったが、今回のはじめて研究発表の機会を設置した。

研究発表は3本で、三ヶ尻陽一氏（東京大学）の「自然主義心理学から見る自然現象としてのWeb」、佐藤晃矢氏（筑波大学）・橋本康弘氏（東京大学）・岡瑞起氏（筑波大学）、池上高志氏（東京大学）・加藤和彦氏（筑波大学）の「Yule-Simon 過程をベースにタグの個性を考慮したモデルの構築とタグの個性を捉える手法に関する研究」、関喜史氏（株式会社Gunosy）の「ニュース記事に対するユーザフィードバックの分析」であった。

合同研究会開催の目的は、各研究会がセクショ

ナリズムに陥ることなく、横断的有機的に連携して「知の統合」を押し進める目的があるが、その意味で、専門研究分野をパブリックリレーションズやメディアコミュニケーションとする筆者にとって、専門分野とは言えないウェブサイエンスの世界を垣間見ることができたことは、今後の研究活動を行なう上で大変参考になった合同研究会であった。

《注》

- (1) 人口知能学会（The Japanese Society for Artificial Intelligence）は、人工知能に関する学際的学問研究の促進をはかり、会員相互間および関連学協会との交流の場を提供することを通じて、わが国のこの分野の学問と産業の進歩発展に貢献するとともに、国際的活動を通して世界のこの分野の進歩に貢献することを目的に1986年7月に発足し、1990年9月に社団法人に、さらに2013年4月1日に一般社団法人に移行した、会員数約4,400名（2017年3月末現在）の学会である。
- (2) 人工知能学会ウェブサイト (<https://www.ai-gakkai.or.jp>) 参照
- (3) 人工知能学会の全国大会は、2011年頃までは参加者が約600名程度であったが、第28回全国大会（2014年、松山）には約1,000名を越え、第29回全国大会（2015年、函館）には約1,200名、第30回全国大会（2016年、小倉）には約1,600名が、そして第31回全国大会（2017年、名古屋）には約2,500名が参加することとなり、年々参加者が増加している。近年のAIブームによって各企業でAIをビジネスに活用しようという機運が高まっていることもあり、全体の42%が企業からの参加者となっている。
- (4) ウェブサイエンスとはもともと、ウェブの産みの親であるTim Berners-Leeらによって2006年に提案された新しい科学領域で、近年では、2014年のWorld Wide Web国際会議でWeb Science Trackが設けられるなど、アカデミアの世界でも重要度が増してきている。
- (5) ウェブサイエンス研究会ウェブサイト (<http://sigwebsci.tumblr.com/objective>) 参照